

Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное образовательное учреждение высшего образования  
Информация о владельце: «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ»  
ФИО: Агабекян Раиса Левониковна (г. Краснодар)  
Должность: ректор (НАН ЧОУ ВО Академия ИМСИТ)  
Дата подписания: 03.04.2024 12:46:51  
Уникальный программный ключ:  
4237c7ccb9b9e111bbaf1f4fcd9201d015c4dbaa123ff774747307b9b9fbcbe

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной работе,  
доцент Севрюгина Н.И.  
25.12.2023

**Б1.О.05.04**  
**МОДУЛЬ ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ**  
**ПОДГОТОВКИ**  
**Теория и практика рекламы**

**Аннотация к рабочей программе дисциплины (модуля)**

Закреплена за кафедрой **Кафедра рекламы и дизайна**  
Учебный план 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
Квалификация **бакалавр**  
Форма обучения **заочная**  
Программу составил(и): кфн, доцент, Петракова Анна Сергеевна

**Распределение часов дисциплины по курсам**

Курс	2		3		Итого	
	УП	РП	УП	РП		
Лекции	8	16	10	4	18	20
Практические	8	16	16	8	24	24
Индивидуальные консультации			0,5	0,5	0,5	0,5
Контактная работа на аттестации (в период экз. сессий)	0,2	0,4	1	0,8	1,2	1,2
В том числе в форме практ.подготовки	2	4	4	2	6	6
Итого ауд.	16	32	26	12	42	44
Контактная работа	16,2	32,4	27,5	13,3	43,7	45,7
Сам. работа	88	176	176	86	264	262
Часы на контроль	3,8	3,8	12,5	12,5	16,3	16,3
Итого	108	212,2	216	111,8	324	324

<b>1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
1.1	сформировать у студентов систему знаний о рекламной деятельности, ее роли в современном обществе, основные навыки создания рекламных сообщений, особенности использования различных средств распространения рекламы.

<b>2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП</b>	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.О.05
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
2.1.1	Введение в коммуникационные специальности
2.1.2	Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях
2.1.3	Психология
2.1.4	Иностранный язык
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
2.2.1	Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации
2.2.2	Социология
2.2.3	Теория и практика связей с общественностью
2.2.4	Русский язык и культура речи
2.2.5	Теория и практика медиакommunikаций
2.2.6	Политология
2.2.7	Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламы
2.2.8	Социальная психология
2.2.9	Интегрированные коммуникации
2.2.10	Цифровые коммуникации
2.2.11	Производственная практика: профессионально-творческая практика
2.2.12	Социология рекламы и связей с общественностью
2.2.13	Психология рекламы и связей с общественностью
2.2.14	Менеджмент в рекламе и связях с общественностью
2.2.15	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.16	Производственная практика: преддипломная практика
2.2.17	Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика
2.2.18	Философия
<b>3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	
<b>ОПК-1:</b> Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	
<b>ОПК-4:</b> Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	
<b>ОПК-6:</b> Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	
<b>ПК-2:</b> Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	
<b>ПК-3:</b> Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	
<b>Планируемые результаты обучения (показатели освоения индикаторов компетенций)</b>	

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>